媒介融合视域下主流媒体把关行为标准及改革路径研究

蔡文丰
（武汉广播电视台，湖北 武汉 430000）

摘 要：【目的】为了确保主流媒体占据信息传播的主导地位，要借助信息化技术提升信息传播的效率与质量，加强内容把关，推进主流媒体改革发展。【方法】针对强化主流媒体把关行为分析其可能性与必然性，研究把关标准在传播人员选择、新闻内容选取以及新闻加工更新层面的变化。立足于与不同平台呈现的新闻载体以及反应机制，深入思考当前主流媒体把关行为中出现的变革。【结果】主流媒体根据不同平台特点调整传播方式，不同平台采取相应的把关措施，以互联网模式占据新型舆论传播阵地。【结论】主流媒体在行业把关过程中要破除以往成见、加强内部联合，借助平台流程优化，进一步审核信息要素，拓宽合作，强化主流媒体的要素融合及创新应用能力。

关键词：媒介融合；主流媒体；把关；平台；短视频　　中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2023）01-101-05　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.01.019
本文著录格式：蔡文丰 . 媒介融合视域下主流媒体把关行为标准及改革路径研究 [J]. 中国传媒科技，2023（01）：101-104，118.

融媒体时代信息科学技术急速发展，人工智能以及虚拟现实技术逐渐改变人们接收信息的方式，媒介融合促使传播思维开始逐步调整，新闻媒体设备更替速度加快。传统媒体逐渐打破自身桎梏，进行各类媒介之间的融合。在此背景下，主流媒体正在不断优化新闻资源，利用多平台优势实现融合媒体的多元化经营，这就需要提升从业人员的职业素养，保障主流媒体适应媒介融合环境。

1. 内容制作基础上的把关标准更迭

1.1 对传播人员选择标准的更迭

第一，要注意建立复合型人才队伍。由于媒介发展影响，当前的新闻工作者不仅需要了解专业的知识，还要拓展对短视频策划、制作方面的知识，甚至由于职业要求，还需要了解 AI 及无人机等技术的操作技巧。短视频的广泛流行促使新闻工作者应具备相应的视听语言处理能力，对从业人员使用技术的能力要求不断提升。以新闻部门为例，不少主流媒体成立了视频组，需要前期筹划、方向确定以及决策实施，后期则是要进行技术层面的工作，完成视频的剪辑、配乐，消耗的人工也更多，同时组员还应具备一定的编导能力，将其与新闻传播规律及模式进行结合，提升用户对新闻内容的关注度。[1]

第二，媒体在新闻传播过程中构建出完整的人物形象，创设符合主播性格及外部特征的人物形象，通过不同主播的形象提升新闻商品的品牌认知度。例如，当前不少主流媒体都会在新闻播报之余由单个主持人进行 Vlog 拍摄，以个人突破口带动全民关注度，抢占热点话题，提升主流媒体的群众号召力。

1.2 对新闻内容选取标准的更迭

当前媒体融合拓宽了新闻内容的获取和传播渠道，群众不会仅仅依赖于电视广播或者报纸、杂志获取信息，人们的注意力容易被更加方便快捷的信息传播模式所吸引，这也是当前短视频、微博等短小且快速信息传播扩大的主要原因，传播内容丰富，信息内容满足着人们的精神文化需求。[2] 为了保障主流媒体在传播中的地位，就需要创新新闻产品内容，针对不同的用户需求打造更加多元化的新闻内容，根据不同平台的不同受众人群，制定更加多元化的把关标准。

第一，要关注不同平台需求，借此筛选出符合平台价值、年龄层与受众的内容。为了符合当前媒介的号召，主流媒体开始重点研发符合当前价值取向的新闻产品，不少新闻工作者开始着重分析受众的需求，以提升新的栏目、内容的整体水平，针对多平台的特性筛选出符合平台特色的新闻内容。[3] 微博、短视频平台由于内容要求短小且碎片化，并不适合进行深入报道，一般发布的新闻内容具有时效性较强的特点；论坛类平台可以容纳更多文字，因此可以针对某个问题进行深入剖析，适合对经济发展、体育赛事、文娱活动发布采访或者评论文章；传统的报刊、电视、广播受众广泛，但是主要集中在中老年人，因此主要是

以民生和国家政策宣传为主，同时兼顾广告投放。

第二，要适应当前以话题为主的传播模式，借此筛选出相应的新闻内容。现阶段互联网飞速发展，信息更迭速度急速提升，大众关注新闻事件往往是以话题带动舆论，随着话题热度不断提升，大众对事件的讨论度也在不断增加，形成以话题为主的舆论导向，因此对媒体工作者而言，把握话题就成为抓住热度、制造舆论的重要措施。主流媒体可以借助网络平台，尤其是微博热搜来确定新闻的内容及未来一段时间的时事评论文章走向，这是一种顺应用户选择的新闻内容筛选，能够在碎片化的网络空间中确定舆论的流向，借此提升主流媒体的新闻传播效果，引导正向积极的社会舆论风向。

1.3 对新闻加工更新方式的更迭

传统新闻媒体主要的新闻加工方式集中在编的层面，但是随着网络技术的发展，人们的思维模式已经逐渐适应互联网结构，因此需要在改造传统媒体的前提下强化各类媒介的融合，以便适应现阶段传播分众化、差异化的趋势。

第一，当前新闻播报行业整体表述语态正在发生变革，主流媒体在互联网发展的冲击下正逐步将用户和平台放置在同等重要的位置上，在加强新闻传播的基础上，也在强化媒体与个人用户之间的沟通，满足群众提问以及表述的权利。[4] 主流媒体的变革是新媒体传播发展的里程碑，也是主流媒体发展新生态的必然结果。现今主流新闻节目开始去严肃化，提升主持人的亲和力，将表达的内容设置得更加浅显易懂，在缩短与受众距离的基础上提升新闻的吸引力，能够将信息更快、更便捷地传播给观众，以贴近人民群众生活的语言进行表述，借此引导群众坚持主流意识形态，引导社会舆论向着正向积极的方向发展。[5] 其一，在新闻传播过程中要建立切实的人格化形象，并非传统的播报，而是要根据主播们的个人风格、谈吐举止、衣着表情制定符合自身的形象，促使主播以贴近生活的表达方式传播新闻内容。其二，要注意转变主播的播报语言体系，减少书面用语的使用，以大众化的语言为主导，采用别具一格的模式提升语言表达的亲和力，从而满足观众的需求，吸引不同阶层的受众。

第二，以多元化视角创新新闻报道的样态，当前信息技术促使新闻报道的样态更加多元化，也为主流媒体发展多元化报道提供了有效助力，以技术协调新媒体内容与加工方式之间的关系，促使新闻产品能够获得更大的展示空间。当前的主流新闻媒体一般都是以大众化发展作为目标，针对不同媒介完善新闻报道的样态模式，不断尝试融合新媒体平台进行传播方法的优化设计，借助短视频、微博、公众号提升传播速度，借此达成更好的传播成效。

2. 立足于不同平台的把关延伸

第一，针对新浪微博为主的开放式内容共享平台，利用时间规律强化传播表达效果，不同的时间段设置不同的内容类型，借此养成用户符合发布规律的阅读习惯。基于H5发展打造适应客户端的图文和音频内容，提升新闻阅读的便捷性，利用微博爆炸式传输的模式促使新闻产品更加生动丰富，有效吸引更多受众用户。在此基础上，利用微博平台自身的工具提升传播力度，比如关注、转发、互动抽奖的模式，提升阅读量，同时筛选出垃圾用户与优质用户，强化主流媒体的新闻市场竞争力。

第二，针对短视频平台进行分析。由于短视频内容以时效性与爆点为主获取流量，因此声画的运用就显得极为重要。借助具有时效性的新闻爆点提升主流媒体的关注度，创新新闻传播方式，针对短视频平台量身定制传播内容。[6] 现阶段短视频的时长主要集中在十分钟之内，播报语速较快，消息内容以关键词为主，视频方面展示出视频部分内容，以此在短时间内吸引人们的注意力。

第三，针对弹幕网站系统等视频网站进行分析。弹幕本身就是一种情绪传达，具有即时、碎片化、多元化的特征，能够在视频播放过程中完成信息内容和体验感的交互。这种以虚拟社区为主的平台能够促使用户在其中寻找到有相同审美倾向的人，有助于消除孤独感，提升用户归属感。[6] 这类网站一方面要以受众为主，了解网站内大部分用户组成情况，借此确定内容样式；另一方面，内容偏向幽默诙谐，为弹幕发布提供更加轻松的环境。

3. 分析主流媒体把关行为背景

从宏观角度分析，新闻行业主要针对信息进行系统化的采集、编辑加工和传播。互联网飞速发展，媒体融合视角下，主流媒体的把关行为也产生了相应变化，不仅仅针对信息进行筛选，而是分析新闻价值、用户需求、平台特点进行综合考量，针对新闻编辑加工中各个流程进行干预和控制。[7]

3.1 技术层面的更新与升级

媒介融合高速发展主要立足于新媒体技术高速发展，技术更新、升级必然会改变传统的需求与消费模式，促使媒介融合发生改变的根本原因就是用户需求的变化，技术更新、升级也影响着用户获取新闻的形式，同时影响了主流媒体把关行为所要考量的因素。

以央视为例，传统媒体模式是以电视、广播为主体进行新闻传播，深耕新闻内容，形成更加专业化、规模化的传播链条。但是近年来则植根于网络平台，借由原本的技术开发新型运营模式，实现技术平台的升级，满足不同用户的信息需求，实现了系统、界面设计、网络架构、项目管理、应用开发、项目落实、日常运营，以及服务技术输出等全方位的技术升级，在经过变革之后获取更加稳固的产业支持，将媒体网络资源进行整合，形成规模更加宏大的公共资源库。

媒体技术发展促使新闻内容更加丰富，从平面化到立体化，新闻采编所使用的摄影、录像器材也在不断升级，新闻从采访、制作到发布，技术贯穿各个环节。新闻编辑加工中使用的工具不断更新迭代，呈现效果也在不断提升。[8] 在5G技术飞速发展的当下，主流媒体借助将5G技术与媒体进行融合，针对原本信息传播模式进行改革，进而实现4K全景直播。

3.2 推进传播渠道融合

融合视域下传播渠道的统一已经成为必然趋势，在新闻信息获取环节传播渠道融合意味着信息渠道由此拓宽，传播渠道拓宽后会推进新闻作品更加便捷地传播，发布流程效率提升。在这个高速运转的新闻采集、编辑加工以及传播过程中，主流媒体要针对传播渠道进行全面把关。

智能手机技术高速发展与广泛应用促使主流媒体开始致力于把握移动端市场，开发符合市场发展的App和网页，立足于不同平台注册微博、微信公众号、今日头条账号等社交媒体账号。发展移动端市场促使新闻发布的模式更加多样化，甚至在无法抵达现场的情况下由连线现场当事人实现远距离采访，第一时间获取新闻资讯，除了新闻媒体，老牌的报纸、杂志也纷纷注册移动平台账户，基于民生发布相应的新闻与消息。

3.3 用户需求发生变化

主流媒体受外界传播与媒介的控制，主要包含政治、经济制度，受众群体以及媒介内部控制等几个层面的影响，而其中受众群体也具备一定控制能力，用户需求作为受众控制的重要组成部分，也会影响新闻把关的标准以及各环节的干预。

站在广大群众角度，媒体融合能够满足不同用户对不同内容的需求，经济发展确保大部分用户解决了基本温饱问题，人们的需求也从单纯的物质层面转移到精神层面。媒体层面要针对不同受众的不同需求制定相应的内容与传播手段，提升用户的阅读与使用体验，确保媒体内容不会受到外部时间、空间限制，受众能够借助较为简单的手段获取新闻、资讯内容。传统的媒体模式中，用户只是被动接收媒体输出的信息内容，而现在用户站在主导地位，自主筛选期望看到的内容，为了提升用户黏性，主流媒体必须满足用户需求层面的变化，提升用户对媒体的关注度，借此确保媒体获得进一步发展。[9]

4. 深入研究主流媒体把关行为的变革

4.1 新闻行业社会责任推进媒介把关

4.1.1 坚持以人为本的把关原则

调整新闻从业者选取标准、为新闻产业输送更多人才、充分利用信息技术变更新闻生产模式、扩大差异化、多元化的新闻内容等方式能够保障主流媒体更快地获取相关新闻信息，能够有效引导舆论方向，为人民群众提供文化层面的需求。

在社会主义国家新闻传播中，主流媒体肩负着向大众报道新闻内容、教化群众、引导舆论、丰富大众精神和文化生活的职责，主流媒体针对信息的把关行为核心在于服务人民，不论时代变化或者技术发展，主流媒体都应紧扣把关的主要职责调整自身的职权范围与标准。[10]

4.1.2 把关核心是要直面变化

主流媒体之所以受到广大人民的信任，能够走在行业前沿，除自身具备相应的技术背景和政策支持外，还需要敏锐察觉当前时代的变化，行业前沿人员的成长来源于对时代发展的敏感度，在此基础上不断调整自身，适应时代变化带来的潮流演变。

4.1.3 谨防“高级黑”与“低级红”论调

“高级黑”主要呈现的效果是宣传中态度不够严谨、对传播内容认知不够深刻，经常会以戏谑语气对待内容，由于这一系列的失误容易衍生出负面议题，导致产生“抹黑”的效果。“低级红”则是由于对时事把握失当，文风简单且内容浮夸，使用户心生厌恶。

产生这两种论调的主要原因就是部分媒体态度过

于强硬，自以为占据话语高地，在舆论强势的视角下以生硬且刻板的方式讨论时事内容，这种作秀姿态会导致用户在接收信息时产生情感层面的强加感。这就需要以马克思主义新闻观为主流媒体把关的引导，在树立正确新闻观念的基础上，坚持快速、正确地传递信息内容，在描述客观事实的前提下做到感情不偏颇、不媚俗、不片面、不猎奇，既能够发现新闻事实，又能够厘清逻辑关系，情感真挚，引导舆论向更加积极的方向发展。[11]

4.2 媒介融合是未来发展主要路径

4.2.1 落实精准投放，细分信息市场

随着信息技术的不断发展，精准投放和市场细分已经成为传媒行业向着商业化发展的基础，也是当前传播行业扩大市场的基础，新闻行业也要紧跟时代步伐，符合当前精准投放的相关需求。一方面，现阶段社会处于市场经济环境之中，新闻传播事业也向着企业化经营发展，因此需要结合自身发展方针和国家的相关政策，实现传播行业改革创新。另一方面，要注意耦合当前受众，借此强化传播效果，保障新闻行业履行相应的社会责任。

现阶段主流媒体已经将视角从单纯的广播电视辐射到社交媒体账户与短视频，借由多种媒体形式的结合，在新媒体及融媒体视角进行传播尝试，深化各个传播渠道之间的关系，推进市场各区域之间的细分工作，针对不同人群关注的内容不断创新传播方式和新闻内容，借此引领舆论风潮。

主流媒体作为政治宣传、舆论引导、新闻传播服务的主力军，肩负重大社会责任，对行业发展起到领头作用，因此更应当依托技术发展不断优化传播体系与报道模式，根据不同受众的喜好优化新闻产品内容，同时注意谨言慎行，在合理范围传播更加优质的新闻内容，弘扬符合社会主义核心价值观的主流思想，保障主流媒体自身影响力和公信力。[12] 在媒介高度融合的时代，更要强化媒体工作者的互联网思维，借由不同的平台、受众进行分区传播，保障传播内容的针对性，提升新闻效果。

4.2.2 精准定位，体现人情价值

新闻行业正处于不断商业化的进程当中，为了促使用户与媒体之间产生持久的黏性，就需要强化两者之间的情感联系，保障媒体能够获得长效收益。一方面，要强化自身优势，同时切实关注核心用户核心价值。现阶段不少媒体将传播放在服务层面，借由会员制、粉丝福利等提升平台影响力，这种服务方式能够保障主流媒体贴近群众，有部分新闻客户端引入了问答模式，在线针对用户和网友的疑问或者困难进行答疑解惑，转换自身服务定位，有效解决用户在生活、消费、公共服务中面临的困境。[13] 另一方面，主流媒体要根据自身调性、不同平台为自己进行定位，展现出人情味。在不同的平台以风格迥异的形象与用户进行互动，摒弃严肃化、格式化的模式，形成更加鲜明的风格定位，展示出不同的账号属性，形成独树一帜的品牌风格。

4.2.3 多渠道融合，实现媒体跨界合作

目前主流媒体在跨平台融合中已经进行了一系列有效尝试，但是也逐渐暴露出其中存在的内容同质化问题，因此需要针对不同平台或者不同的载体模式进行特色新闻产品推广，借此强化媒介之间的深度合作。

一方面，要基于当前不同平台特色，实现平台特色层面的跨界，制定出有针对性的优化措施，在信息技术急速发展的时代，在同一新闻主题之下呈现出不同的新闻视角，同时以大数据辅助支持达成有效推送，保障用户可以与媒体之间进行有效的双向交互，促使广大群众参与到公共话题之中。[4]

另一方面，要在确立自身品牌的基础上实现内容层面的跨界，主流媒体要依赖自身优势，实现各渠道之间的融合，尝试跨行业之间的合作，媒体可以与科普、人文、历史、国际组织、品牌之间达成合作，针对不同的新闻内容制作有针对性的新闻产品，借由全渠道的模式进行全平台发布，强化新闻自身的产品属性，借由线下宣传活动提升媒体自身的影响力。

结语

主流媒体是引导当前人民群众价值和时代风向的主要舆论阵地，肩负着传播新闻内容、构建完善媒介生态、提升媒体传播效率的责任，因此要针对新闻产品进行进一步把关。在完善新闻传播规则的基础上，不断提升媒体自身创新能力，有效发挥主流媒体对舆论的维护作用。

参考文献

[1] 刘珺，田小波 . 一场主流媒体践行“四力”的建设性新闻实践——浙江蜜橘销售故事带来的启示 [J]. 中国广播电视学刊，2022（7）：28-31+49.

（下转第118页）